

Державний вищий навчальний заклад
«Донецький національний технічний університет»
Кафедра управління і фінансово-економічної безпеки

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Перший проректор

_____ Леонід Бачурін

« _____ » _____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОНД 2.13 «ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ»

(шифр і назва навчальної дисципліни)

Рівень освіти: перший (бакалаврський)

Спеціальність(ості) _____ 075 Маркетинг _____

(шифр і назва спеціальності(тей))

Освітня програма _____ «Маркетинг» _____

(назва освітньої програми)

Мова навчання: українська

Робоча програма навчальної дисципліни Інфраструктура товарного ринку

(повна назва дисципліни)

для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг

« ____ » _____ 2023 року. – 6 с.

Розробники: О.В. Мізіна, к.е.н., доцент, доцент кафедри управління і фінансово-економічної безпеки

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри управління і фінансово-економічної безпеки

(назва кафедри)

Протокол № 6 від. “ 30 ” _____ січня _____ 2023_ р.

Завідувачка кафедрою управління і фінансово-економічної безпеки

“ ____ ” _____ 20__ р. _____ (Попова О.Ю.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено науково-методичною комісією 07 Управління та адміністрування

(шифр, назва)

Протокол № ____ від. “ ____ ” _____ 20__ р.

“ ____ ” _____ 20__ р. Голова _____ (Ляшок Я.О.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

1. Загальна інформація

Форма навчання	Денна	Заочна
Статус	Обов'язкова	
Обсяг в кредитах ЄКТС	5	
Обсяг в годинах за навчальним планом, разом:	150	
в тому числі:		
лекції:	48 годин	8 годин
практичні заняття:	32 години	4 години
лабораторні заняття:	-	-
семінари:	-	-
самостійна робота:	70 годин	138 годин
Форма підсумкового контролю	Екзамен	
Дисципліну викладають	Викладач: Мізіна Олена Вікторівна https://donntu.edu.ua/fem/ufeb olena.mizina@donntu.edu.ua	

Передумови для вивчення дисципліни:

перелік дисциплін, які мають бути вивчені раніше: маркетинг; логістика; управлінські рішення, поведінка споживача, маркетингова товарна політика, маркетингова політика розподілу

перелік раніше здобутих результатів навчання: знання і розуміння основних положень маркетингу, основ бізнесу; формування у студентів комплексного розуміння ключових аспектів економіки; володіння загальнонауковими та спеціальними методами дослідження економічних маркетингових процесів, навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань; здатність грамотно спілкуватись в усній та письмовій формі державною мовою

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» є дослідження актуальних аспектів розвитку елементів інфраструктури як підґрунтя цілісної економічної системи України за умов реалізації концепції сталого розвитку і засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.

Компетентності:

загальні – здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу; здатність проведення досліджень на відповідному рівні; здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; здатність діяти соціально відповідально та свідомо;

фахові – здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу; здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі; здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими; здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності; здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів; здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків; здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності

Програмні результати навчання: демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності; застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття

управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта; виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

3. Очікувані результати навчання

Очікувані результати навчання полягають у тому, що в процесі викладання дисципліни у студентів формуються вміння управляти діяльністю суб'єктів інфраструктури торгово-посередницької діяльності для забезпечення потреб споживачів, навички знаходження та реалізації рішень по інтенсифікації та підвищенню ефективності діяльності суб'єктів інфраструктури торгово-посередницької діяльності, вміння • опрацьовувати системи показників, що характеризують інфраструктуру торгово-посередницької діяльності.

4. Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- екзамен;
- стандартизовані тести;
- розрахункові роботи;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті як перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи, так і оцінювання виконання відповідних робіт. Форма проведення поточного контролю під час навчальних занять і система оцінювання рівня знань студентів визначаються відповідно до розподілу балів за темами навчальної дисципліни.

Підсумковий контроль проводиться як семестровий при проведенні іспиту з навчальної дисципліни.

5. Критерії оцінювання результатів навчання

Роботи, що виконуються під час семестру (практичні роботи) відповідно до прийнятої в ДонНТУ схеми оцінювання дають можливість отримати до 40 балів із 100 можливих. Максимальний бал, визначений схемою оцінювання, наведеною нижче, можливо отримати за умови своєчасного та правильного виконання завдань. За наявності помилок або при несвоєчасному виконанні оцінка знижується до 60% від максимальної.

Письмовий екзамен оцінюється максимум у 60 балів.

Схема оцінювання:

- денна форма навчання

Пр.1	Пр.2	Пр.3	Пр.4	Пр.5	Пр.6	Пр.7	Пр.8	Пр.9	Інд. завд.	Поточний контроль	Іспит	Максимальний бал
4,45	4,45	4,45	4,45	4,45	4,45	4,45	4,45	4,4	Не передбачено	40	60	100
2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,64		24		

- заочна форма навчання

Пр.1	Пр.2	Пр.3	Пр.4	Пр.5	Пр.6	Пр.7	Пр.8	Пр.9	Інд. завд.	Поточний контроль	Іспит	Максимальний бал
	20				20				Не передбачено	40	60	100
	12				12					24		

Примітки: 1) Пр1, Пр2 і т.д практичні роботи;

2) У чисельнику максимальний бал – при своєчасному та правильному виконанні, у знаменнику – мінімальний (при правильному, але несвоєчасному виконанні)

Результати підсумкового контролю оцінюються за 100-бальною шкалою та чотирибальною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).

Відповідність між шкалами встановлюється наступним чином:

Оцінка	
За 100-бальною шкалою	Для екзамену
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

6. Програма навчальної дисципліни

6.1. Основні теми дисципліни

Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку

Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність та склад.

Тема 3. Маркетингові посередники в інфраструктурі товарного ринку

Тема 4. Макроорганізація оптової торгівлі. Підприємства оптової торгівлі.

Тема 5. Підприємства роздрібної торгівлі

Тема 6. Лізинг.

Тема 7. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність.

Тема 8. Персональний продаж

Тема 9. Організатори оптового обігу товарів і послуг: біржова торгівля та аукціони

6.2. Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
1	Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку	4	
2	Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність та склад.	4	2
3	Тема 3. Маркетингові посередники в інфраструктурі товарного ринку	4	
4	Тема 4. Макроорганізація оптової торгівлі. Підприємства оптової торгівлі.	4	
5	Тема 5. Підприємства роздрібної торгівлі	4	
6	Тема 6. Лізинг.	4	2
7	Тема 7. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність.	4	
8	Тема 8. Персональний продаж	2	
9	Тема 9. Організатори оптового обігу товарів і послуг: біржова торгівля та аукціони	2	
Усього годин		32	4

6.3. Теми лабораторних занять

Лабораторні заняття не передбачені навчальним планом.

6.4. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Д.ф.н.	З.ф.н.
1	Тема 1. Сутнісна характеристика товарного ринку	9	16
2	Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність та склад.	9	16
3	Тема 3. Маркетингові посередники в інфраструктурі товарного ринку	9	16
4	Тема 4. Макроорганізація оптової торгівлі. Підприємства оптової торгівлі.	9	16
5	Тема 5. Підприємства роздрібної торгівлі	7	17
6	Тема 6. Лізинг.	9	16

7	Тема 7. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність.	2	16
8	Тема 8. Персональний продаж	7	16
9	Тема 9. Організатори оптового обігу товарів і послуг: біржова торгівля та аукціони	9	9
Усього годин		70	138

6.5 Індивідуальні та/або групові завдання

Індивідуальні завдання не передбачені навчальним планом.

7. Література

7.1. Основна

1. Прокопенко О.В., Школа В.Ю., Дегтяренко О.О., Махнуша С.М. Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 296 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Prokopenko_OV/Infrastruktura_tovarnoho_rynku.pdf?.
2. Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник – К.: КНЕУ, 2004 – 734 с. URL: <https://javalibre.com.ua/java-book/book/2911008>
3. Калюжна О. В. Інфраструктура ринку : конспект лекцій. – Миколаїв: МНАУ, 2020. – 79 с. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8037/1/Infrastruktura%20rynku.pdf>.
4. Інфраструктура товарного ринку : навчальний посібник / В.М. Пилявець, В.В. Озима, В.П. Заруба. – К. : Аграрна освіта, 2015. – 255 с.

7.2. Допоміжна

1. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р., № 436-IV // ВВР України. – 2003. – № 18, 19–20, 21–22. – Ст. 144.
2. Белявцев М.І., Шестопалова М.В. Інфраструктура товарного ринку : навч. посіб. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 416 с.
3. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку : Навч. посіб. – К.: МАУП, 2004. – 180 с. 13.

7.3. Методична

1. Методичні рекомендації до виконання завдань практичних занять з навчальної дисципліни (плануються до видання)
2. Методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи студентів з дисципліни (плануються до видання)

8. Інформаційні ресурси

www.president.gov.ua – офіційний сайт Президента України
www.rada.gov.ua – офіційний сайт Верховної Ради України
www.kmu.gov.ua – Урядовий портал (Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України)
www.minfin.gov.ua – офіційний сайт Міністерства фінансів України
www.elalog.org/ - ELA. Європейська Логістична Асоціація;
<http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/> - «Маркетинг в Україні» / Науковий журнал / Українська Асоціація Маркетингу
<https://armgpublishing.com/journals/mmi/> - «Маркетинг і менеджмент інновацій» / Науковий журнал
www.me.gov.ua . - Міністерство економіки України
www.nbuv.gov.ua - Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського
www.economy.nayka.com.ua - Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»